

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DAN PENGARUH ATRIBUT
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAMBAL OLAHAN
MEREK EMAK TI DAN DEDE SATOE DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Stara I (S1)
Pada Progam Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Peternakan
Universitas Muhammadiyah Malang



Oleh:

**Maulida Kurnia Sari Marpaung
201410210311123**

**PROGAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2018**

USULAN PENELITIAN

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DAN PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAMBAL OLAHAN MEREK EMAK TI DAN DEDE SATOE DI SURABAYA

Oleh :

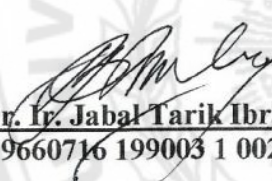
Maulida Kurnia Sari Marpaung
201410210311123

Disusun berdasarkan Surat Keputusan Dekan
Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang
Nomor. E.6.k/1214/FPP-UMM/VII/2018 dan Rekomendasi Komisi Skripsi
Fakultas Pertanian Peternakan UMM pada tanggal : 10 Agustus 2018

Menyetujui :

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,



Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si
NIP : 19660716 199003 1 002



Ir. Dyah Erni Widvastuti, MM
NIP : 105 9010 0200

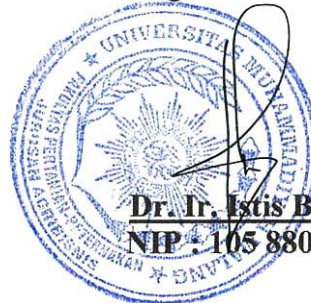
Malang, 28 Juni 2018

An, Dekan
Wakil Dekan I,

Ketua
Progam Studi Agribisnis,



Dr. Ir. Aris Winaya, M.M., M.Si
NIP : 19640514 199003 1 002



Dr. Ir. Istis Baroh, MP
NIP : 105 8802 0061

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DAN PENGARUH ATRIBUT
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAMBAL OLAHAN
MEREK EMAK TI DAN DEDE SATOE DI SURABAYA**

Oleh :

Maulida Kurnia Sari Marpaung
201410210311123

Disetujui oleh :

Pembimbing Utama

Tanggal, 28 Juni 2018


Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si
NIP : 19660716 199003 1 002

Pembimbing Pendamping

Tanggal, 28 Juni 2018


Ir. Dyah Erni Widvastuti, MM
NIP : 105 9010 0200

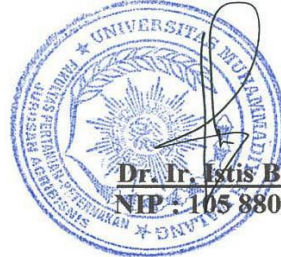
Malang, 28 Juni 2018
Mengesahkan :

An, Dekan
Wakil Dekan I,

Ketua
Progam Studi Agribisnis,



Dr. Ir. Aris Winaya, M.M., M.Si
NIP : 19640514 199003 1 002



Dr. Ir. Istis Baroh, MP
NIP : 105 8802 0061

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DAN PENGARUH ATRIBUT
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAMBAL OLAHAN
MEREK EMAK TI DAN DEDE SATOE DI SURABAYA**

Oleh :

**Maulida Kurnia Sari Marpaung
201410210311123**

Disusun berdasarkan Surat Keputusan Dekan
Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang
Nomor. E.6.k/1214/FPP-UMM/VII/2018 dan Rekomendasi Komisi Skripsi
Fakultas Pertanian Peternakan UMM pada tanggal : 10 Agustus 2018
dan keputusan Ujian Sidang Skripsi yang dilaksanakan pada tanggal 6 Juli 2018

Dewan Penguji :


Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si
NIP : 19660716 199003 1 002


Ir. Dyah Erni Widvastuti, MM
NIP : 105 9010 0200


Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M
NIP : 19650101 199003 2 001


Nur Ocvanny Amir, SP. M.P
NIP : 10517080608

Malang, 15 Agustus 2018
Menyetujui :

Dekan
Fakultas Pertanian Peternakan,

Dr. Ir. David Hermawan, M.P., IPM
NIP : 19640526 199003 1 003

Ketua
Program Studi Agribisnis,

Dr. Ir. Isis Baroh, MP
NIP : 105 8802 0061

SURAT PERNYATAAN

Yang betanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Maulida Kurnia Sari Marpaung

NIM : 201410210311123

Progam Studi : Agribisnis

Email : maulidamarpaung@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 6 Juli 2018,
Yang Membuat Pernyataan

Maulida Kurnia Sari Marpaung
201410210311123

BIODATA PENULIS



Penulis bernama lengkap Maulida Kurnia Sari Marpaung dilahirkan di Jombang, 08 Agustus 1995. Putri kedua dari tiga bersaudara. Ayahanda bernama Sabaruddin Marpaung dan Ibunda bernama Siti Maslihah. Penulis menyelesaikan pendidikan di Taman Kanak-Kanak Pertiwi Geneng Jombang pada tahun 2002. Sekolah Dasar Negeri Plandi Jombang pada tahun 2008. Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Jombang pada tahun 2011. Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Jombang pada tahun 2014. Pada tahun 2014 penulis diterima menjadi mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Peternakan.

Selama menjadi mahasiswa, penulis menjadi Anggota Himpuna Mahasiswa (HMJ) Agribisnis periode 2015/ dan Sekertaris Umum Lembaga Semi Otonom ALFA (LSO ALFA) Fakultas Pertanian Peternakan periode 2016-2017.

DATA PRIBADI PENULIS

Nama : Maulida Kurnia Sari Marpaung
Alamat : Gang Wijaya Kusuma Rt.22/Rw.05 Plandi-Jombang
Alamat di Malang : Jl. Wijaya Kusuma No.24 Dau-Malang
Email : maulidamarpaung@gmail.com

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur kami ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen dan Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sambal Olahan Merek Emak Ti Dan Dede Satoe di Surabaya” ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Strata Satu (SI) di Progam Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian-Peternakan, Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari dalam penyusuna skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan berbagi pihak, karena itu pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang selalu menemani dan menggerakkan hati saya untuk terus berjuang tanpa lelah dalam menyelesaikan skripsi.
2. Kedua Orang Tua, Ibunda Siti Maslihah dan Ayahanda Sinar Pagi yang tak kenal lelah memberikan bantuan moril maupun materil, dan selalu mendo'akan keberhasilan penulis selama menempuh jenjang pendidikan,
3. Almarhum Ayahanda Sabaruddin Marpaung yang telah membimbing, mendidik, memberikan kasih sayang dan doanya selama ini untuk penulis.
4. Drs. Fauzan, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Dr. Ir. David Hermawan MP, IPM selaku Dekan Fakultas Pertanian-Peternakan.
6. Dr. Ir. Istis Baroh, MP selaku Ketua Progam Studi Agribisnis Fakultas Pertanian-Peternakan.

7. Prof. Dr. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si selaku Dosen Pendamping I yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Ir. Dyah Erni Widyastuti, MM selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan arahan, masukan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
9. Pemilik Sambal Olahan Emak Ti dan Dede Satoe yang telah mengijinkan penulis melakukan penelitian di tempatnya.
10. Saudara-saudaraku, Dimas Saiful Rizal Marpaung, Nurdiana Fajrin Marpaung, Anita Agustin, dan Fahreza Putra Abi Marpaung yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi.
11. Sahabat-sahabatku, Kos Putri Zam-Zam, Geng Tirta, sekaligus keluarga Agribisnis 2014C yang telah menemani perjuangan 4 tahun dibangku kuliah dengan memberikan dukungan dan kerjasamanya.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dalam skripsi ini, sehingga penulis mengharapkan adanya kritik yang dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penelitian ini selanjutnya

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Malang, 6 Juli 2018

Maulida Kurnia Sari Marpaung
201410210311123

DAFTAR ISI

Isi	Halaman
USULAN PENELITIAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
BIODATA PENULIS	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Istilah dan Pengukuran Variabel	5
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	 9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Pustaka	14
2.2.1 Perilaku Konsumen	14
2.2.2 Karakteristik Konsumen	15
2.2.3 Model Perilaku Konsumen	16
2.2.4 Faktor – Faktor Perilaku Konsumen	20
2.2.5 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	25
2.2.6 Atribut Produk	28
2.3 Kerangka Pemikiran	31
 BAB III. METODE PENELITIAN	 34
3.1 Metode Penentuan Lokasi	34
3.2 Jenis dan Sumber Data	34
3.3 Metode Penentuan Populasi dan Sampel	35
3.4 Metode Pengumpulan Data	36
3.5 Analisis Data	36
3.5.1 Analisis Deskriptif	36
3.5.2 Uji Validitas	37
3.5.3 Uji Reliabilitas	39
3.5.4 Analisis Diskriminan	40
 BAB IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	 42
4.1 Gambaran Perusahaan	42
4.2 Visi dan Misi	44

4.3	Organisasi Perusahaan	45
BAB V. HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN.....		48
5.1	Karakteristik Konsumen Sambal Olahan.....	48
5.2	Proses Perilaku Pembelian Konsumen	52
5.3	Atribut Produk Yang menjadi Dasar Keputusan Pembelian Konsumen	61
	5.3.1 Uji Kelayakan Data.....	61
	5.3.2 Interpretasi Hasil Atribut Produk Yang Menjadi Dasar Keputusan Pembelian.....	66
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN.....		78



DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Model Keputusan Pembelian Nicosia	18
Gambar 2.2	Model Keputusan Pembelian Howard And Sheth	19
Gambar 2.3	Model Keputusan Pembelian Engel-Blacwell-Miniard	19
Gambar 2.4	Model Pengambilan Keputusan Pembelian.....	28
Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran Analisis Perilaku Konsumen dan Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian .	33
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Industri Rumah Tangga Emak Ti	46
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Industri Rumah Tangga Emak Ti.....	47



DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Nilai Keterkaitan ke Depan (<i>Forward Linkage</i>)	21
Tabel 2.1	Identifikasi Indikator Keputusan Konsumen	28
Tabel 2.2	Identifikasi Indikator Atribut Produk.....	31
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 3.2	Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	48
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	50
Tabel 5.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan ..	51
Tabel 5.6	Sebaran Responden Berdasarkan Alasan Utama Membeli Produk Sambal Olahan.....	52
Tabel 5.7	Sebaran Responden Berdasarkan Manfaat yang Diharapkan Konsumen	53
Tabel 5.8	Sebaran Responden Berdasarkan Sumber Informasi Terkait Produk	54
Tabel 5.9	Sebaran Responden Berdasarkan Informasi Yang Perlu Diketahui Terkait Produk.....	55
Tabel 5.10	Sebaran Responden Berdasarkan Informasi yang Menjadi Pertimbangan Konsumen dalam Membeli	56
Tabel 5.11	Sebaran Responden Berdasarkan Rencana Pembelian	57
Tabel 5.12	Sebaran Responden Berdasarkan Sumber Utama yang Mempengaruhi Responden dalam Membeli	58
Tabel 5.13	Sebaran Responden Berdasarkan Cara Pembelian Produk	58
Tabel 5.14	Sebaran Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Selama Satu Bulan	59
Tabel 5.15	Sebaran Responden Berdasarkan Kepuasan Produk yang Sudah Dibeli.....	60
Tabel 5.16	Sebaran Responden Berdasarkan Respon Setelah Membeli	61
Tabel 5.17	Validitas Data.....	61
Tabel 5.18	Rata-Rata Nilai Statistik	62
Tabel 5.19	Homogenitas Data.....	63
Tabel 5.20	Signifikasi antar Kelompok dari Setiap Grup	63
Tabel 5.21	Uji Signifikasi dari Uji Diskriminan yang Terbentuk.....	64
Tabel 5.22	Hubungan Fungsi Diskriminan	64
Tabel 5.23	Koefisien Pembentuk Fungsi Diskriminan	65
Tabel 5.24	Klasifikasi	66

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
Lampiran 1.	Kuisisioner Responden.....	78
Lampiran 2.	Identitas Responden.....	82
Lampiran 3.	Keputusan Pembelian	88
Lampiran 4.	Tabulasi Data.....	91
Lampiran 5.	Uji Validitas.....	97
Lampiran 6.	Uji Reliabilitas	102
Lampiran 7.	Output Hasil Analisis Diskriminan	106
Lampiran 8.	Dokumentasi Kegiatan	111



DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Malang: Graha Ilmu.
- Amstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prehalindo.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Delila, S. (2015). Pengambilan Keputusan Rumah Tangga dalam Membeli Saus Sambal Botol di Bandar Lampung, 3(1).
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Iniversitas Diponegoro Semarang.
- Hair, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis in Readings*. New Jearsy: Practice Hall.
- Hidayat, D. (2016). Faktor Dominan dari Preferensi Konsumen dalam Pemilihan Jenis Mangga (*Mangifera indica*). *Agrikulta*, 27(2), 94–101.
- Ibrahim, J. T. (1996). *Buku Diklat Metode Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian*. Malang: UMM Press.
- Ibrahim, J. T. (2012). *Pengembangan Agroindustri Jawa Timur*. Malang: UMM Pres.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Larasati, T. (2015). *Analisis atribut produk yang dipentingkan konsumen dalam pembelian kosmetik berbahan alam tantri larasati*. Institut Pertanian Bogor.
- Maharani, N. (2017). Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap produk iphone di bandung.
- Maria. (2012). Analisis Diskriminan Terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Mengkonsumsi Makanan Cepat Saji (Studi Kasus: Para Mahasiswa di UPI, ITB, UNLA, dan UIN Sunan Gunung Djati).
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ramadhan, T. (2018). Aplikasi Analisis Diskriminan dalam Menentukan Keputusan Pembelian Produk McCafe. *E-Jurnal Matematika*, 7(1), 50–55.

- Sudrajad, A. B. (2015). Di Perusahaan Ailanifood Kota Malang Jawa Timur the Influence of Product Attributes Againts Consumer Decission in the Purchase of Floss Oyster Mushroom. *Habitat*, 26(2).
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen : Toeri dan Penerapannya dalam Pemasaran* (2nd ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Servive (CAPS)
- Swasta, H. T. H. dan B. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Media Komputindo.
- Umar, H. (2008). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Widodo, P. (2010). Hubungan antara Atribut Produk Terhadap Pembelian Minuman Teh dalam Kemasan. *Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), 1–13.
- Zaidi and Muhammad. 2012. Awareness of Pakistani Consumers towards Nutritional Labeling on Product Packaging of Buying Behavior”. *International Journal of Business and Social Science* Vol.3 (16).